



**9X LOW-HANGING  
SEO FRUITS**

# FRÜCHTE?



In diesem Dokument:

9 „low-hanging fruits“.

Also:

SEO-Maßnahmen, die einfach zu entdecken sind und die eine spürbare Wirkung haben können.

# MARKUPS



Fehlen im HTML-Code  
relevante Markups?

# WARUM?



Markups („strukturierte Daten“) können einige SEO-Vorteile haben:

- Mehr Klicks
- Aufnahme in Google-Spezialsuchen

# PRÜFEN



Hast Du alle Markups drin?

Dafür gibt es die „Search Gallery“:

<https://developers.google.com/search/docs/appearance/structured-data/search-gallery?hl=de>

Für jedes von Google unterstützte Markup wird dort gezeigt, welchen positiven Effekt dieses haben kann.

# BEISPIEL

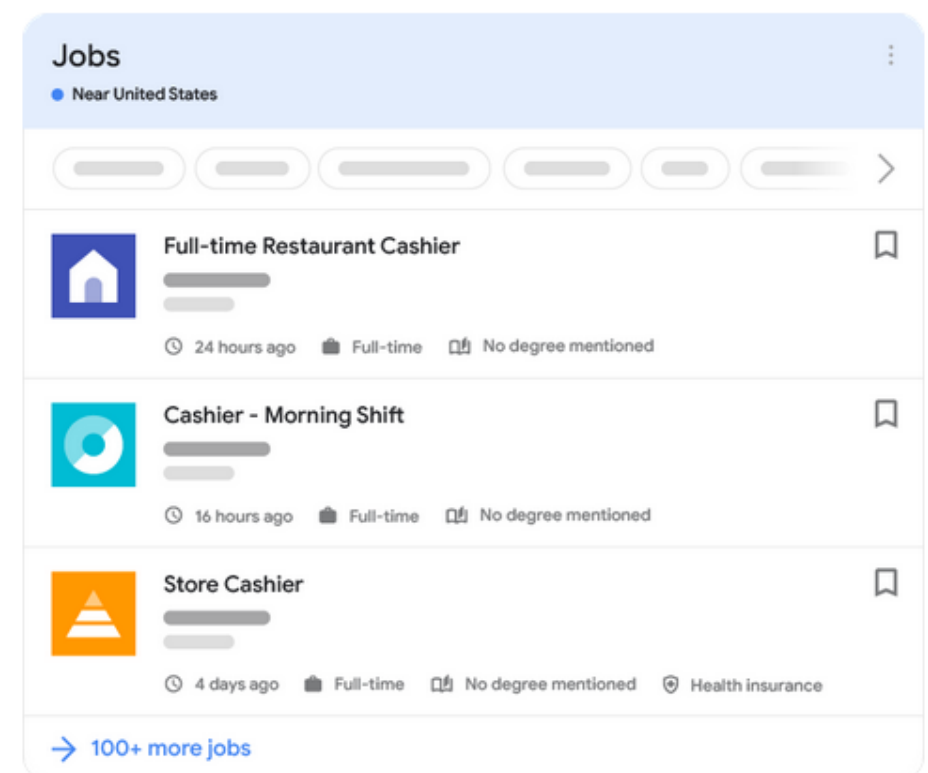


Das JobPosting Markup sorgt dafür, dass die eigenen Stellenanzeigen in Google Jobs gefunden werden können.

## JobPosting

Interaktives Rich-Suchergebnis, über das Arbeitssuchende eine Arbeit finden können. In der Jobsuche bei Google besteht die Möglichkeit, das Unternehmenslogo, Rezensionen, Bewertungen und Jobdetails anzeigen zu lassen.

Erste Schritte



# PRÜFEN



Mit dem „Test für Rich-Suchergebnisse“ kann man dann prüfen, ob man alle Markups auch eingebaut hat.



## Keine Elemente erkannt

Keine Rich-Suchergebnisse in dieser URL erkannt.

[Weitere Informationen](#)

---

GETESTETE SEITE ANZEIGEN

# MARKUPS



Sind alle Markups auch korrekt eingebaut?

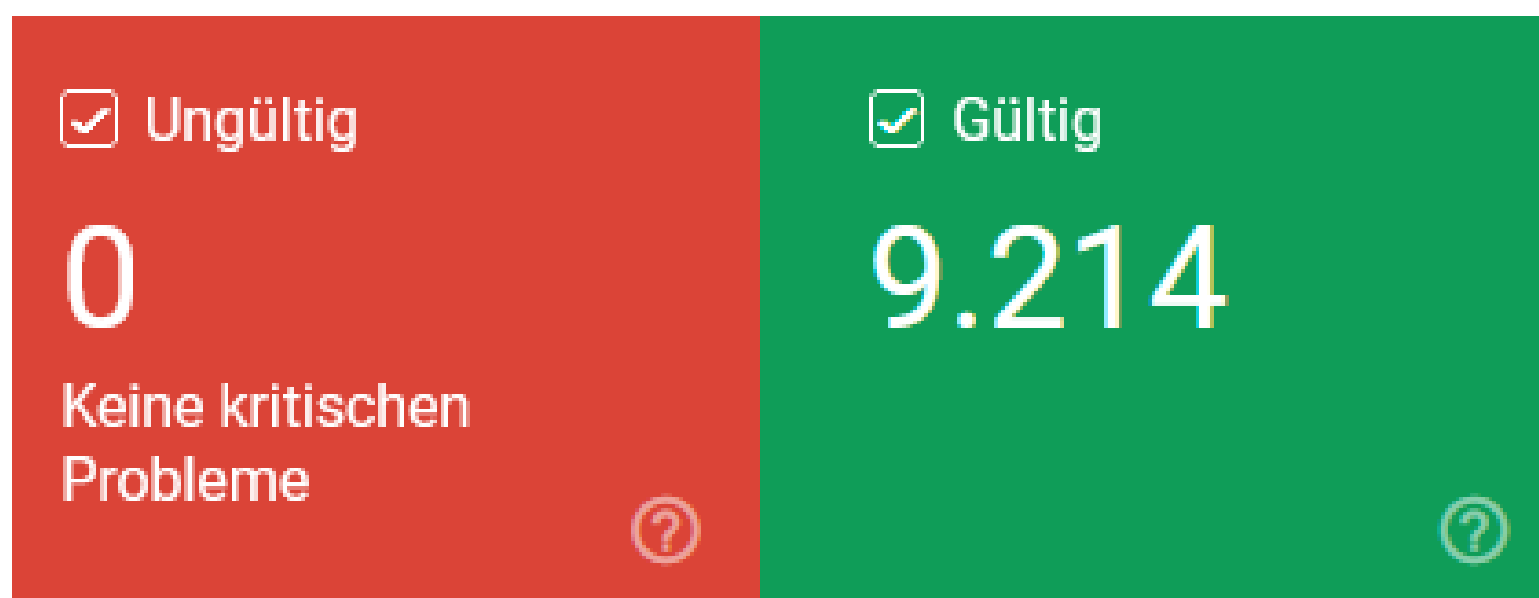




# WARUM?



Wenn der HTML-Code falsch ist oder wenn wichtige Attribute fehlen, kann der mit Markup angereicherte Code seine Wirkung nicht entfalten.



# PRÜFEN



Am besten kann man das wohl mit der Google Search Console prüfen, die für (fast) jedes von Google unterstützte Markup entsprechende Informationen bietet.

Problem	Validierung ↓	Trend	Elemente
Feld "name" fehlt	! Nicht gestartet		5

# BROKEN LINKS



Gibt es Backlinks, die zu einer 404-Seite führen?



# WARUM?



Backlinks sind sehr wertvoll.

Wenn es die Zielseite aber nicht mehr gibt, dann wird der Backlink verworfen.

tagesschau.de: Wie die Kriegsgefahr die Wirtschaft der Ukraine belastet.

NOFOLLOW

<https://www.tagesschau.de/wirtschaft/ukraine-die-kornkammer-europas-101.html> ▼

404 not found

# PRÜFEN



Mit Linkdatenbanken wie Ahrefs kann man Broken Links sehr effizient finden.

**Backlink Profil ▲**

Backlinks

Broken Links

Verweisende Domains

Ankertexte

# UND DANN?



Dann muss man eine 301-Umleitung auf eine möglichst ähnliche Seite einrichten.

Gut für Suchmaschinen, aber auch für die, die auf externe Links klicken.

# ALT-ATTRIBUTE



Haben alle suchrelevanten  
Bilder auch ein auf  
Suchbegriffe abgestimmtes  
Alt-Attribut?



# WARUM?



Damit Bilder gut in der Google Bildersuche gefunden werden können, sollte diese auch ein Alt-Attribut haben.

```
<IMG SRC="DSCN2212.JPG"  
ALT="URLAUBSBILDER DIGITAL DRUCKEN" />
```



# ABER NUR, ...



... wenn sie auch suchrelevant sind.

Also nicht:

- Kleines Icon im Footer

Eher für Bilder von ...

- Produkten

- Personen

- Daten (Charts etc.)

- ...

Der Screaming Frog SEO Spider kann solche Bilder sehr effizient aufspüren (im Tab „Images“):

✓ All
Over 100 KB
Missing Alt Text
<b>Missing Alt Attribute</b>
Alt Text Over 100 Characters
Background Images
Incorrectly Sized Images
Missing Size Attributes

# ÜBERSCHRIFT



Sind die internen  
Ankertexte auch auf  
Suchbegriffe  
abgestimmt?

# WARUM?



Jeder interne Link gibt über seinen Ankertext ein Signal an Google, um was es auf der Seite geht.

Ankertexte wie „hier“ oder „klicken“ sind also absolut nicht hilfreich.

# PRÜFEN



Solche Links kann man mit dem Frog auch sehr gut aufspüren (im Tab „Links“):

✓ All
Pages With High Crawl Depth
Pages Without Internal Outlinks
Internal Nofollow Outlinks
Internal Outlinks With No Anchor Text
<b>Non-Descriptive Anchor Text In Internal Outlinks</b>
Pages With High External Outlinks
Pages With High Internal Outlinks
Follow & Nofollow Internal Inlinks To Page
Internal Nofollow Inlinks Only
Outlinks To Localhost
Non-Indexable Page Inlinks Only

Man muss dem Frog nur vorher beibringen, welche Ankertexte nicht-deskriptiv sind:

Non-Descriptive Anchor Text:

jetzt  
hier  
klick  
auf dieser Seite

# SEITENTITEL



Sind die Seitentitel zu kurz?



# WARUM?



Der Seitentitel ist relevant für Rankings und Klicks. Was im Seitentitel steht, wird oft als Title Link übernommen.

[www.beispiel.de](http://www.beispiel.de) ▼

*/// Hier steht der Seitentitel ///*

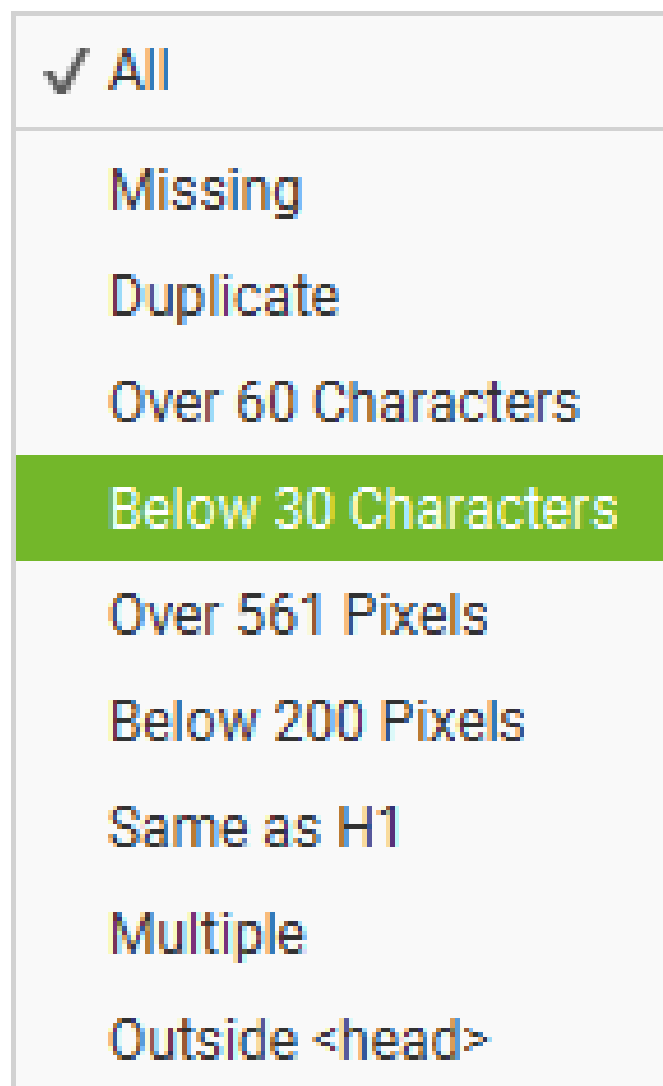
Und hier die Meta Description ...



# PRÜFEN



Zu kurze Seitentitel findet man gut mit dem Frog – im Tab „Page Titles“:



# UND DANN?



Das muss nicht schlimm sein – aber oft ist es ein Indiz dafür, dass der Platz nicht optimal genutzt wird.

Zum Beispiel für wichtige Suchbegriffskombinationen!

# SEITENTITEL



Oder sind die  
Seitentitel vielleicht  
zu lang?



# WARUM?



Wenn der Seitentitel zu lang ist, schneidet Google diesen in den Suchergebnissen einfach ab – erkennbar an den drei Punkten.



schweden-urlauber.info

<https://www.schweden-urlauber.info> › trekking-in-sch... ⋮

## Trekking in Schweden: Wanderwege, Campingplätze ...

**Schweden:** Wanderweg mit Trekkern im Fjäll Wandern heißt heute Hiking oder Trekking. Wer Tagestouren auf vorgegebenen Routen zurücklegt, darf sich Hiker ...

# PRÜFEN



Auch dafür gibt es natürlich einen Filter:

- ✓ All
- Missing
- Duplicate
- Over 60 Characters
- Below 30 Characters
- Over 561 Pixels
- Below 200 Pixels
- Same as H1
- Multiple
- Outside <head>

# UND DANN?



Überlange Seitentitel sind oft ein Indiz dafür, dass die Seiten keinen klaren Keyword-Fokus haben.

Also: kürzen, wenn es sich um eine wichtige Seite handelt.

# META DESCRIPTIONS



Gibt es relevanten Seiten  
ohne Meta Descriptions?  
Oder sind die Meta  
Descriptions zu kurz?



# WARUM?



Die Meta Description ist nicht relevant für Rankings, aber kann für eine gute Klickrate (CTR) sorgen.

[www.beispiel.de](http://www.beispiel.de) ▼

*/// Hier steht der Seitentitel ///*

Und hier die Meta Description ...



# PRÜFEN



Für die Meta Descriptions gibt es auch viele Filter im Tab „Meta Description“:

- ✓ All
- Missing
- Duplicate
- Over 155 Characters
- Below 70 Characters
- Over 985 Pixels
- Below 400 Pixels
- Multiple
- Outside <head>

# UND DANN?



Wenn es mit vertretbarem Aufwand (z. B. mit Schablonen) möglich ist, sollte jede suchrelevante Seite auch eine eigene Meta Description haben.

Diese sollte ...

- die korrekte Länge haben,
- wichtige Klick-Argumente zeigen und
- die Keywords der Seite aufgreifen.

# POSITION



Hast Du bereits ein halbwegs ordentliches Ranking (11–20), das man verbessern kann?

# WARUM?



Wer auf der zweiten Suchergebnisseite rankt, wird von Google ja schon als relevant angesehen.

Es reicht nur noch nicht für die erste Seite.

# PRÜFEN



Solche Rankings kann man über Tools wie SISTRIX identifizieren – oder man nutzt die Google Search Console.

Filtern nach Position

Größer als ▼ 10

---

# UND DANN?



Für diese Suchbegriffe muss man dann prüfen, ob eine Optimierung möglich ist.

- Mehr Text?
- Besserer Text?
- Text besser strukturieren?
- Inhaltliche Fehler beseitigen?
- ...

# NOCH FRAGEN?



MARKUS  
HÖVENER

SEO Advocate  
[www.bloofusion.de](http://www.bloofusion.de)

Kontakt:  
[bloo.link/mh](https://bloo.link/mh)